

СОСТОЯНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В СФЕРЕ ГОСТЕПРИИМСТВА В КИТАЕ

УДК 338.486+330.342.3/4

Юй И,
аспирантка, кафедра Общего менеджмента и предпринимательства
Московский государственный университет экономики, статистики и информатики (МЭСИ)
Тел.: 8 99647946831
Эл. почта: yvyi@mail.ru

В статье рассмотрено состояние предпринимательской деятельности в сфере гостеприимства в Китае, внутренний туризм, въездной туризм в Китае как предпринимательские деятельности, выездной туризм из Китая в другие страны. Гостеприимства является одной из важнейших частей обширного рынка услуг, и представляет собой быстрорастущую и высокодоходную индустрию, способную прямо, как так косвенно влиять на формирование условий устойчивого социально-экономического роста.

Ключевые слова: предпринимательская деятельность в сфере гостеприимства, внутренний туризм, въездной туризм, выездной туризм, КНР.

Yu Yi,
Post-graduate student, Department of General Management and Entrepreneurship, Institute of Management
Moscow State University of Economics, Statistics and Informatics (MESI)
Tel.: 89647946831
Email: yvyi@mail.ru

STATE OF BUSINESS IN HOSPITALITY IN CHINA

The article deals with the state of business in the hospitality industry in China, domestic tourism, inbound tourism in China as entrepreneurial activity, outbound tourism from China to other countries. Hospitality is one of the most important parts of the vast services market, and is a fast-growing and highly profitable industry that could directly, indirectly, so as to influence the formation of conditions for sustainable socio-economic growth.

Keywords: business activities in the field of hospitality, domestic tourism, inbound tourism, outbound tourism, China.

1. Введение

В условиях мирового экономического кризиса развитие предпринимательской деятельности в сфере гостеприимства стало важным средством смягчения его последствий. Развитие туризма может не только эффективно содействовать экономическому росту и развитию смежных отраслей и оптимизации структуры, но и расширить потребление, увеличить валютные поступления, снизить отрицательные факторы.

Предпринимательская деятельность в сфере гостеприимства – это деятельность, направленная на систематическое извлечение прибыли из удовлетворения потребностей при организации отдыха, деловых встреч, лечения, получаемых при производстве туристского продукта. [1] Под предпринимательской структурой в сфере гостеприимства понимается самостоятельный хозяйствующий субъект, осуществляющий формирование, разработку и реализацию услуг туристам, а также другие виды дополнительной хозяйственной деятельности, определенные уставом предприятия и не запрещенные законодательством КНР.

Сегодня предпринимательство в сфере гостеприимства является одной из наиболее быстро развивающихся отраслей мирового хозяйства. Туризм является высоко доходной отраслью и входит в число трех крупнейших экспортных отраслей в мире, уступая нефтедобывающей промышленности и автомобилестроению. Значение туризма в мире постоянно увеличивается, что также отражается на его влиянии на экономику каждой страны.

Согласно данным Всемирной торговой организации (ВТО) и Международного валютного фонда (МВФ), с 1998 года индустрия туризма вышел на первое место (532 млрд. долларов, или 8%) в мировом рынке. Туризм стал крупной частью глобальной экономики. «Число международных прибытий выросло на 4% в 2012 году до 1035 миллионов человек», – говорится в опубликованном Отчете Всемирной туристической организации. Одной из основных тенденций развития туризма является использование туристского продукта, предусматривающего максимум удовольствий и впечатлений за минимум времени. Таким направлением, по нашему мнению, для многих европейцев являются страны Азии и Тихого Океана, рост турпотока в них составит 7% к 2015 г.

Китай является крупнейшим драйвером роста, именно поэтому китайская индустрия туризма и гостеприимства находится в стадии поступательного развития. По прогнозу ВТО, к 2020 году Китай может войти в первую десятку стран, обеспечивающих самые популярные направления туризма. Общие доходы от туризма достигли 2570 млрд юаней, выросли на 14 процентов, на трех основных рынках туризма: внутренний и выездной туризм поддерживает быстрый рост, а въездной туризм поддерживает стабилизацию.

Предпринимательская деятельность в сфере гостеприимства в КНР осуществляется на основании закон «О туризме» (Закон КНР «О туризме» 25 апреля 2013 постоянный Комитет Всекитайского собрания народных представителей принял.). По данным за 2012 г., в КНР на тот период действовало более 24900 фирм, которые занимались туризмом, показатели выросли на 5,29%. В 2012 г. Доходы турфирм от туризма достигли 309, 675 млрд. юаней и выросли на 17,90%; прибыли турбизнеса – 14,828 млрд. юаней, рост составил – 11,82%. В том числе, доходы от внутреннего туризма достигли 187,833 млрд. юаней; выросли на 12,35%, прибыли турбизнеса – 8,701 млрд. юаней, выросли на 9,75%; доходы от выездного туризма – 93,606 млрд. юаней, выросли на 40,11%, прибыли турбизнеса – 4,467 млрд. юаней, выросли на 24,25%; доходы от въездного туризма достигли 28,236 млрд. юаней, выросли на 1,46%, прибыли турбизнеса 1,659 млрд. юаней, выросли на 4,43%. [2] (Рис 1).

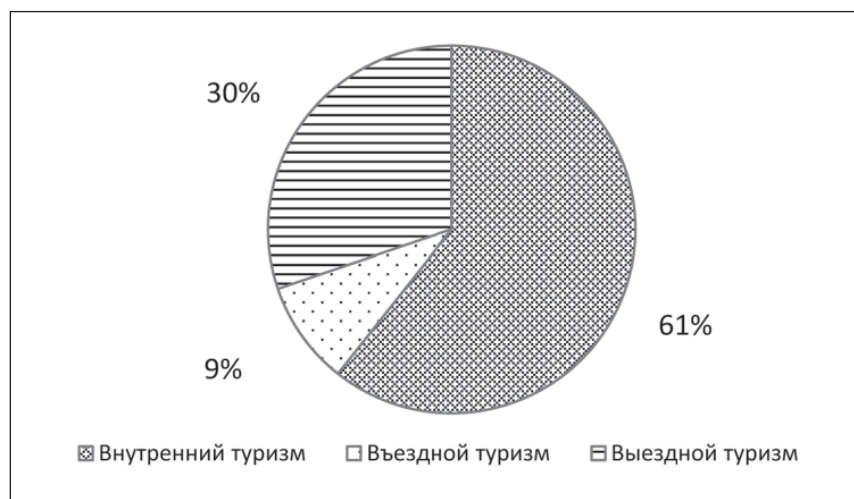


Рис. 1. Доходы турфирм от туризма в 2012 г. [2]

Таблица 1.

Количество внутренних туристов и доходы от внутреннего туризма в экономике КНР 2005–2012 г. [3]

Год	Количество внутренних туристов (млрд. чел.)	Доходы от внутреннего туризма (млрд. Юаней)	Доходы от туризма (млрд. Юаней)
2005	1,21	528,58	768,6
2006	1,39	622,97	893,5
2007	1,61	777,06	1095,7
2008	1,71	874,93	1160
2009	1,90	1018,36	1290
2010	2,10	1257,97	1570
2011	2,64	1930,60	2250
2012	2,96	2270,60	2570

Источники: Официальный сайт национального бюро статистики Китая.
URL: <http://www.stats.gov.cn/>

2. Внутренний туризм

Услугами туризма и экскурсионным обслуживанием в КНР занимается 24900 турфирм. Ведущее положение на рынке внутреннего туризма занимают Государственная туристическая компания «CITS», ООО «KANG HUI», ООО «CYTS», ООО «JINJIANG», туроператор «China Spring Tour», ООО «GUANGZHILV», ООО «ZHONGXIN». [2]

Государственная туристическая компания «CITS» (Интурист Китая) основана в 1954 году. За 50 с лишним лет представительства CITS распространились по всему Китаю, она стала крупнейшим и сильнейшим туристическим предприятием Китая. В настоящее время CITS имеет более 20 дочериных холдинг-компаний и 122 членов учредителей CITS-группы в Китае, создана стабильная маркетинговая сеть и целостная сеть приёма внутри страны.

С 1994 года на рынок внутреннего туризма вышло туристское предприятие – туроператор «China Spring Tour», которое связывает свою деятельность с экскурсион-

ным обслуживанием и организацией услуг для туристов, выигрывает первые награды за туристские услуги. Туроператор «China Spring Tour» является всеобъемлющим туристическим предприятием, осуществляющим активную деятельность в сфере бронирования отелей и авиабилетов, организации конференций, выставок, деловых и официальных поездок. Наличие в её структуре системы менеджмента качества и эффективного механизма управления является существенным конкурентным преимуществом предприятия по сравнению с другими аналогичными организациями.

Несмотря на сложную ситуацию в мировой экономике и угрозу стихийных бедствий, туристическая индустрия Китая добилась заметного успеха в 2012 году. В 2012 году количество внутренних туристов выросло на 59,12 % по сравнению с аналогичным периодом 2005 года, а доходы от внутреннего туризма увеличились на 76,72%. (см. табл. 1.)

В 2012 году, внутри самого Китая, количество туристов составило 2,96 миллиардов человек, увеличившись на 10,8 % по сравнению с прошлым годом. Доход от туризма внутри страны достиг 2270,6 миллиарда китайских юаней, по сравнению с прошлым годом увеличился на 14,97%.

А в 2012 году список наиболее популярных внутреннего туристского провинций КНР возглавила Цзянсу. В десятку лидеров вошли Цзянсу, Гуандун, Чжэцзян, Сычуань,

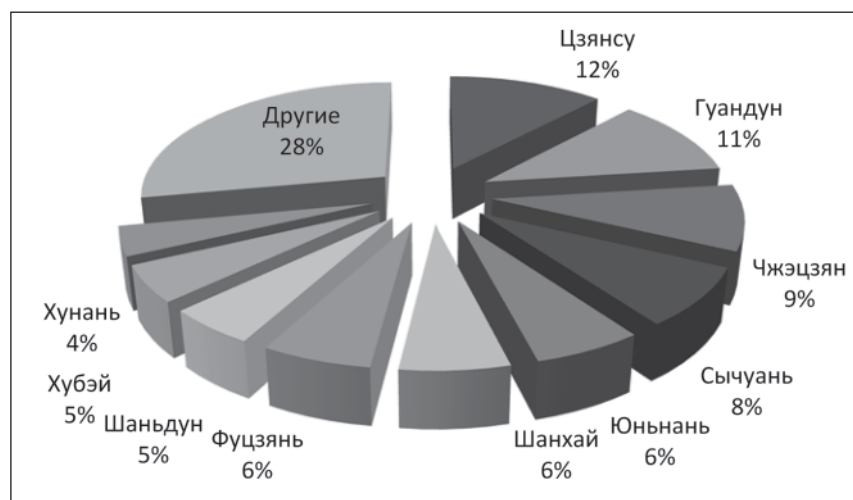


Рис. 2. Наиболее популярные туристские провинции внутреннего туристических поездок (2012 г.). [2]

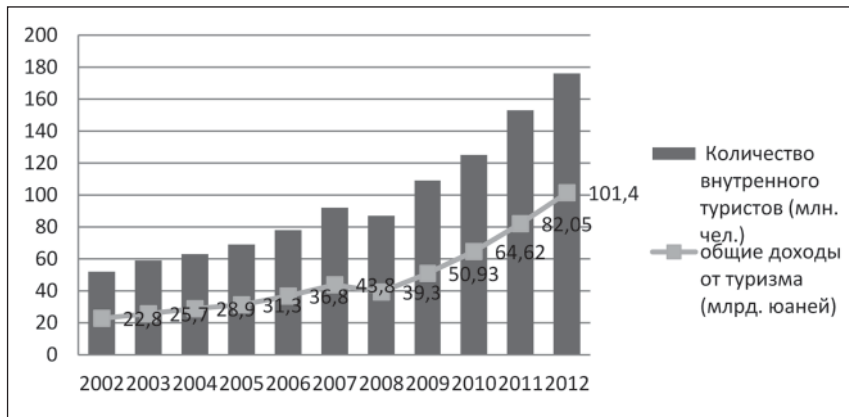


Рис. 3. Количество внутреннего туристов и общие доходы от туризма в периоде новогодней «золотой недели». [2]

Юньнань, Шанхай, Фуцзянь, Шаньдун, Хубэй, Хунань. (Рис 2.)

В 1999 году китайское правительство приняло решение увеличить количество отпускных дней, поэтому в Китае образовались три «золотые недели» во время китайского Нового года, Первомайского и Национального праздников. Благодаря данному решению, граждане могут отдыхать почти в течение целой недели, что активно стимулирует развитие внутреннего туризма. Всё больше и больше китайцев предпочитают проводить «золотые недели» в туристических поездках. Турпоездки стимулируют рост внутреннего спроса, содействуют развитию потребления, стимулируют смежные отрасли, повышают доходов экономики и качество жизни населения. (Рис 3.)

С 13 по 19 февраля 2012 года, т.е. в период новогодней «золотой недели» количество внутренних туристов Китая достигли 176 млн человек с приростом на 14,9%. А общие доходы от туризма достигли 101,4 млрд юаней, то есть выросли на 14,9% по сравнению аналогичным периодом 2011 года.

Однако, следует признать, что отдых большего числа людей одновременно в «золотые недели» создает проблемы:

- достопримечательности всегда переполнены туристами;
- все виды транспортной системы испытывает в эти дни серьезное перенапряжение;
- возникает проблема с билетами, когда миллионы людей хотят воз-

вратиться домой в срок и поэтому готовы переплачивать за билеты;

– обостряются и экологические проблемы.

Вследствие этих причин, правительство приняло решение сократить число «золотых недель» с трех до двух. Первомай сократили на три дня законных выходных. Однако, чтобы число выходных для тружеников не сокращалось, одновременно было принято решение сделать национальными праздничными днями День поминовения предков, Праздник гонок на лодках и Праздник Середины осени. Турфирмы должны стараться развивать краткосрочных туристических продуктов для выходного дня. Другим направлением предпринимательской деятельности в сфере гостеприимства в КНР становится агротуризм. Сутью агротуризма является представление жилых комнат, природного питания и иных услуг, связанных

с приемом, транспортным и иным обслуживанием агротуристов по временному пребыванию в сельской местности с целью отдыха, оздоровления, знакомства с национальными традициями без занятия трудовой, предпринимательской, иной деятельностью.

В последние годы в Китае построено много новых гостиниц разного высокого и среднего уровня для приема разных потребителей. В 2012 году в Китае число звездных гостиниц достигает 11706, вырос на 10 процентного пункта по сравнению с прошлым годом. Улучшение транспортных условий также способствует развитию этого направления. В Китае туристические маршруты обслуживаются специализированными самолетами, поездами и автобусами, что делает путешествие более быстрым и комфортным. Туристы также могут заказать билеты на все туристические маршруты и гостиницы через Интернет. Таким образом, повышение уровня благосостояния китайских граждан создает экономические условия для развития внутреннего туризма в стране.

3. Въездной туризм в Китае как база развития для предпринимательской деятельности

Согласно последним статистическим данным, с 2005 г. по 2012 г. количество иностранных туристов и туристов из особых административных районов Гонконг и Макао, а также с Тайваня, посетивших континентальную часть Китая, в общей сложности достигло 132,41 млн.

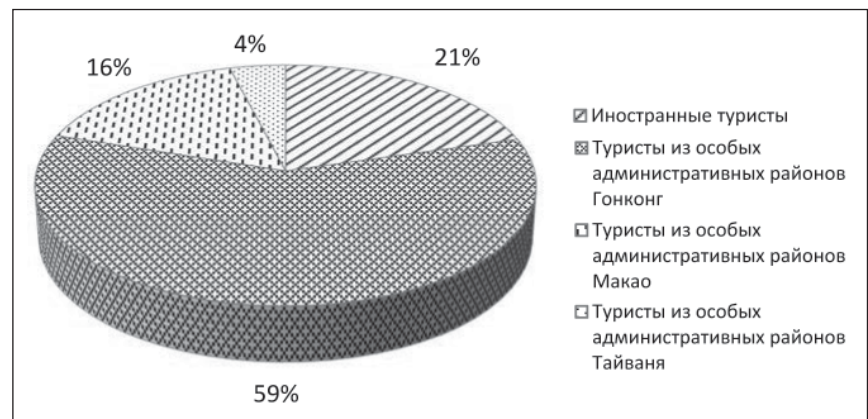


Рис. 4. Въездной поток туристов в Китай в 2012 г. [2]

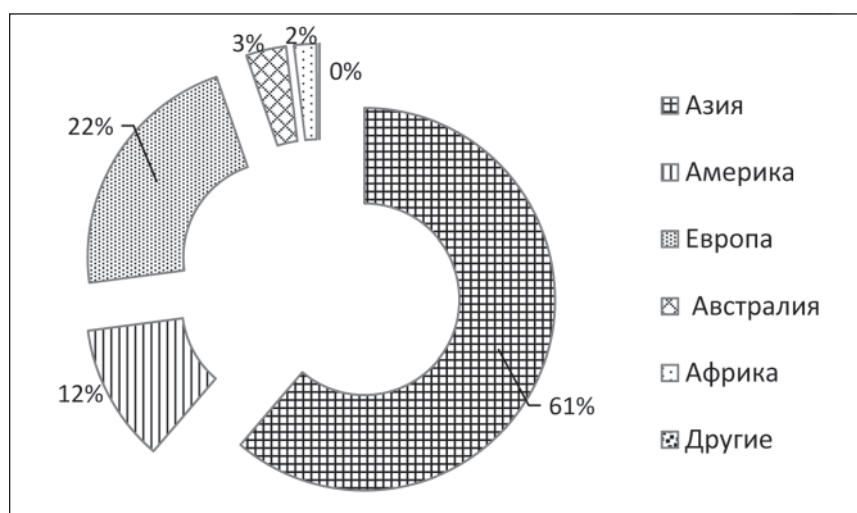


Рис. 5. Доли въездного туризма в Китай по странам принадлежности туристов. [2]

чел./ в год, а инвалютная выручка от въездного туризма – 50 млрд. юаней. Это составляет 79,46% от общего объема. Китай постепенно превращается в мировую державу туризма, уже 20,54% иностранных посетителей являются гражданами стран дальнего зарубежья. (Рис 4.)

В начале проведения политики реформ и открытости (1978 г.), объем въездного туризма составлял 1, 81 млн. чел./ в год, а в конце же 2012 г. превысил 132,41 млн чел./в год, то есть по сравнению с 1978 г.

увеличился в 73 раза. В 2012 году КНР посетили 27,19 млн. иностранных граждан, в том числе, туристы из Азии – 16,64 млн. чел. (61.2%); туристы из Европы – 5,92 млн. чел. (21.8%); туристы из Америки – 3,18 млн. чел. (11.7%); а туристы из Австралии и Африки – 0,92 и 0,53 млн. чел. (3,4% и 1.9%). (Рис 5.)

Среди иностранных туристов лидируют резиденты Кореи, Японии, России, США, Малайзии, Вьетнама, Сингапура, Монголии, Филиппины, Австралии. (таб. 2.)

По статистике ВТО, граждане стран Европы являются основными потребителями выездного туризма, именно в бюджетах отдыха европейцев 80% расходов составляют расходы на туризм. Но в Китае среди иностранных туристов преобладают только из США, Германия и Англия, поэтому рынок других европейских стран для Китая является потенциальным рынком и должен активно расширяться в России. Так необходима более агрессивная реклама, чтобы увеличить количество российских туристов на Хайнань.

Рассмотрим основных цели поездок иностранных граждан в Китай: Туризм – 11,63 млн. чел., деловые поездки составили 6,28 млн., по частным приглашениям – 0,11 млн. чел., обслуживающий персонал (водители автотранспортных средств) – 2,86 млн. чел., другие 6,31 млн. чел. (Рис. 6.)

По мнению представителя ВТО, благодаря быстрому развитию экономики Китая, проведению Олимпиады-2008 в Пекине и ЭКСПО-2010 в Шанхае, Китай стал одним из мировых лидеров в сфере въездного туризма. Предпринимательство в сфере гостеприимства является одной из важнейших частей обширного рынка услуг, и представляет собой

Таблица 2

Рейтинг страны въездного туризма 2012 г. (тыс. чел./ в год) [4]

Страна	2000	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Корея	1345	1945	2845	3545	3924	4777	3960	3198	4076	4185	4070
Япония	2202	2255	3334	3390	3746	3978	3446	2218	3731	3658	3518
Россия	1080	1381	1792	2224	2405	3004	3123	1743	2370	2536	2426
США	896	823	1309	1556	1701	1901	1786	1710	2010	2116	2118
Малайзия	441	430	742	900	911	1062	1041	1059	1245	1245	1236
Вьетнам		130	170	201	334	654	744	829	920	1007	1137
Сингапур	399	378	637	756	82/8	922	876	890	1004	1063	1028
Монголия	399	418	554	642	631	682	705	577	794	994	1011
Филиппины	364	458	549	654	704	833	795	749	828	894	962
Австралия	234	245	376	483	538	607	572	562	661	726	774
Канада	237	230	348	430	499	577	535	550	685	748	708
Германия	239	222	365	455	501	557	529	519	609	637	660
Таиланд	241	275	464	586	592	612	554	542	636	608	648
Индонезия	221	232	350	378	433	477	426	469	573	609	622
Англия	284	288	418	500	553	605	552	529	575	596	618
Индия	121	219	309	357	405	463	437	449	549	607	610
Бразилия		17	14	38	48	67	75	64	85	98	99
ЮАР		19	35	52	56	58	54	51	65	67	72
Итого	10165	11403	16935	20263	22215	26114	24335	21944	26135	27114	27193



Рис. 6. Основные цели поездок иностранцев в 2012 г. [2]

быстрорастущую и высокодоходную индустрию, способную прямо, как так косвенно влиять на формирование условий устойчивого социально-экономического роста. [5]

4. Выездной туризм из Китая в другие страны

Третьей составляющей индустрии туризма в Китае является выездной туризм. В 2012 г. число выездного туриста достигло 83,18 млн. чел./в год, вырасти 18,4%. По прогнозам ВТО, к 2020 г. число достигнет 100 млн. чел./в год, в 1995–2020 гг. средний ежегодный рост составит 12,8%. Темпы развития выездного туризма в Китае оказались намного выше прогнозируемых.

Быстрые темпы экономического развития связаны с ростом внутренних доходов населения развитием интересов, что способствуют быстрому росту выездного туризма Китая. В 2012 году в Китае ВВП составил 51932,2 млрд. юаней, увеличился по сравнению с 2011 годом на 7,8%, а ВВП на душу населения составил 38,35 тыс. юаней. Увеличение доходов жителей Китая повлечет за собой изменение потребительской модели, в частности возрастут расходы китайцев на путешествия. Пики выездного туризма, также связаны с правительственными решениями о предоставлении «золотых недель».

За последние годы была значительно упрощена процедура получения заграничных паспортов, людям проще путешествовать в других

странах. Основное направление выездных поездок Китая охватывает Гонконг, Макао и Тайвань; соседние государства Китая (Вьетнам, Лаос, Мьянма, Россия, КНДР, Республика Корея и т.д.); третье направление – поездки в АТР, в первую очередь в Юго-Восточную Азию. В настоящее время 90,4% всех выездных поездок китайцев приходится на Азию, наиболее популярны Восточная и Юго-Восточная Азия, в связи с географическим положением, схожестью культур и правительственной политикой. На европейских рынках лидируют Германия и Великобритания. На американском рынке большая доля прибытий китайских туристов приходится на США и Канаду. (Рис 7.)

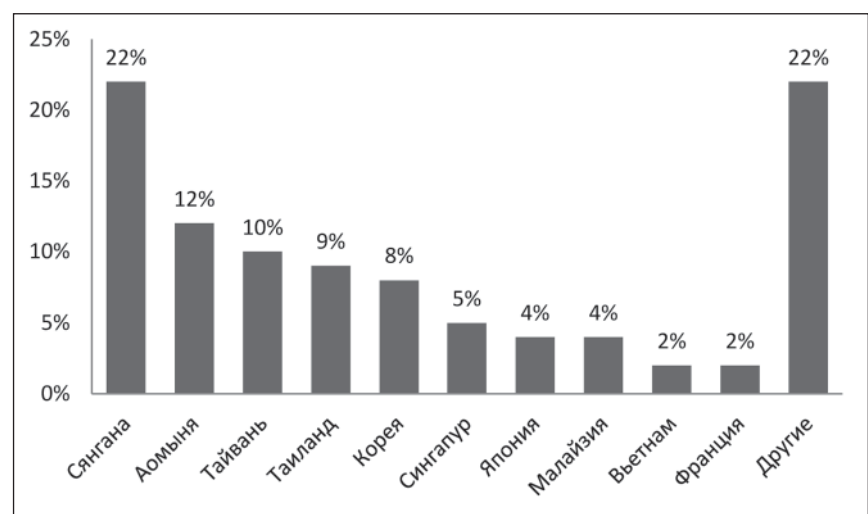


Рис. 7. Самые популярные страны зарубежных поездок китайских граждан в 2012 г. [2]

На быстрое развитие выездного туризма из Китая влияет внимание мировых туристических компаний к росту интересов китайских граждан к посещению других стран. Привлечения китайских туристов в качестве важной составляющей для развития туризма наблюдается в разных странах. Например, с 2011 года Китай стал самым главным, быстрорастущим и перспективным рынком туристов для США. Министерство торговли США заявило, что в ближайшие пять лет прирост китайских туристов в США достигнет 200 %, в 2016 году число китайских туристов будет больше, чем из Франции и Германии. Рост количества китайских туристов вносит огромный вклад в восстановление экономики США после кризиса. Поэтому борьба за большее привлечение туристов из Китая способствует подъему американской и европейской индустрии туризма.

Заключение

В настоящее время Китай стал крупной туристической державой. Перспективы развития китайского предпринимательства в сфере гостеприимства огромны и внушают большой оптимизм. Китай стремится к динамичному развитию в сфере гостеприимства и до 2015 г. превратить туризм в одну из важных экономических отраслей страны. Так, по сведениям Государственного управления по делам туризма в течение ближайших 5 лет среднегодовые

темпы роста поступлений от международного и отечественного туризма составят, соответственно, 12 и 10%. В 2012 г. доходы Китая от внутреннего туризма достигли 2270,6 млрд. юаней; от въездного туризма – 50 млрд. юаней. Проведение лет туризма КНР и РФ играют позитивную роль в укреплении сотрудничества двух стран в сфере туризма, стимулируют развитие международного туризма Китая.

В Китае туризм считается одной из приоритетных отраслей «третьей сферы» экономики. Государственный Совет Китая утвердил Программу по ускорению модернизации туристической индустрии («Туристическая программа»), призванную стать ключевым механизмом развития национальной экономики. Согласно положениям этой программы, основная доля ресурсов будет направлена на модернизацию туристической инфраструктуры и повышение квалификации специалистов в области туризма. Кроме этого, государство ещё приняло Закон КНР «О туризме», который регулирующий вопросы ведения туристской

деятельности в КНР, заключение договоров об оказании туристских услуг, обеспечение безопасности туристов, государственный контроль в сфере туризма и гостеприимства, разрешение споров, юридической ответственности туристических предприятий. Развитие туризма является общей тенденцией глобализации. Китай должен воспользоваться этой возможностью, обеспечить качество обслуживания, чтобы активно развивать предпринимательскую деятельность в сфере гостеприимства, разрабатывать диверсификацию туристических продукты, привлекать клиентов из Европы, и придерживаться курса освоения новых туристических ресурсов наряду с поддержанием экобаланса в ходе освоения новых территории.

Литература

1. Лапуста М. Г. Предпринимательство. // Учебник. – М.: ИНФРА-М, – 2008. – 608 с
2. Официальный сайт Китайского государственного управления по делам туризма. URL:<http://www.cnta.gov.cn/>

3. Официальный сайт национального бюро статистики Китая. URL:<http://www.stats.gov.cn/>

4. Совместная статистическая публикация стран БРИКС (2012г.)

5. Леонтьева, Л. С. Теория менеджмента : учебник для бакалавров / Л. С. Леонтьева, В. И. Кузнецов, М. Н. Конотопов [и др.] ; под ред. Л. С. Леонтьевой. – М. : Издательство Юрайт, 2013. – 287 с.

References

1. Lapusta M.G. Entrepreneurship // Tutorial. – Moscow: INFRA-M, – 2008. – 608 с
2. The official website of China National Tourism Administration. URL:<http://www.cnta.gov.cn/>
3. BRICS Joint Statistical Publication 2012.
4. The official website of National Bureau of Statistics of China. URL:<http://www.stats.gov.cn/>
5. Leonteva L. S. Theory of Management: a textbook for undergraduate / L. S. Leonteva, V. I. Kuznetsov, M. N. Konotopov [etc.], ed. L. S. Leonteva. – Moscow: Publishing Yurayt, 2013. – 287 p.